

*Реклама как способ продвижения товаров и услуг в Республике Беларусь (социологический анализ) / Мария Михайловна Радюкова; Факультет философии и социальных наук, Кафедра социологии; науч. рук. Н. В. Курилович*

Ключевые слова: реклама, социологическое обеспечение рекламной деятельности, продвижение товаров и услуг, потребители, рынок рекламных услуг, восприятие рекламы.

Объектом изучения в работе является реклама. Предметом исследования является реклама как способ продвижения товаров и услуг в Республике Беларусь. Целью данной работы является социологический анализ рекламы как способа продвижения товаров и услуг в Республике Беларусь.

В работе было выявлено, что, увеличивая покупательскую активность, реклама выступает как эффективный способ продвижения товаров и услуг на рынке. Рассмотрен процесс социологического обеспечения рекламной деятельности как поддержка решения рекламистов через использование результатов социологических исследований. Анализ состояния белорусского рынка рекламы позволил выделить в качестве ключевой его особенности неразвитости по основным показателям. Установлено, что основную долю субъектов рекламной деятельности составляют индивидуальные предприниматели. Выявлены основные проблемы и перспективы рекламного рынка в Республике Беларусь.

*Advertisement as a way to promote products and services in the Republic of Belarus (the sociological analysis) / Radziukova Maryia; Faculty of Philosophy and Social Sciences, Department of Sociology; research supervisor Kurilovich N.*

Keywords: tradet, sociological support promotional activities, promoting goods and services, consumers, the market of advertising services, advertising perception.

The object of study in is advertising. The subject of the study is to advertising as a way to promote products and services in the Republic of Belarus. The aim of this work is the sociological analysis of advertising as a way to promote products and services in the Republic of Belarus.

The paper found that increasing sales activity, advertising acts as an effective way to promote products and services on the market. The process of sociological support promotional activities as support solutions advertisers through the use of the results of sociological research. Analysis of the Belarusian advertising market allowed to identify him as the key features of the main indicators of underdevelopment. It was found that the main stake of advertising constitute individual entrepreneurs. The main problems and prospects of the advertising market in the Republic of Belarus.